

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. (2024). *Mengenal Videotron Dari Pengertian, Manfaat, Dan Cara Berjalannya*. <https://cmi-led.com/id/mengenal-videotron-dari-pengertian-manfaat-dan-cara-berjalannya/>
- Afiah, I. N. (2020). *Instagram Sebagai Public Relations Tool*. <https://indonesiapr.id/instagram-sebagai-public-relations-tool/>
- Aisyah, S. (2020). *Relevansi PR Tradisional*. <https://indonesiapr.id/relevansi-pr-tradisional/>
- Akashi, N. U. (2023). *Kelebihan dan Kekurangan Banner, Pengusaha Wajib Paham!* <https://sevenpion.co.id/blog/kelebihan-dan-kekurangan-banner/>
- Albrecht, M. G., Green, M., & Hoffman, L. (2023). *Principle of Marketing*. OpenStax.
- Alifian, M. A. (2023). *Jatim Park Group Raih 2 Kategori PR Award, Ini Kisahnya*. <https://beritajatim.com/peristiwa/jatim-park-group-raih-2-kategori-pr-award-ini-kisahnya/>
- Amalia, A. M. C. (2020). *Bekerjasama Dengan Radio*. <https://binus.ac.id/malang/public-relations/2020/12/03/bekerjasama-dengan-radio/>
- Amimaitreya, W., & Pangestuti, E. (2017). Peran Theme Park Pada Industri Pariwisata Dalam Penyerapan Tenaga Kerja di Kota Batu (Studi pada Museum Angkut dan Kusuma Agrowisata). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2), 196–200.
- Anendya, A. (2024). *Apa Itu Website? Unsur, Cara Kerja, Fungsi, dan Jenisnya*. <https://www.dewaweb.com/blog/pengertian-website-lengkap/>
- Anggriani, I. V. (2015). Peranan Corporate Public Relations (CPR) Dan Marketing Public Relations (MPR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Jurnal Al-Iqtishad*, 112, 117–128. <https://doi.org/10.24014/jiq.v11i2.3341>
- Aprilia, F., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata Jawa Timur Park 2 Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 24(1), 1–6.
- Arikunto, S. (2005). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta.
- Asniar, I. (2015). Fenomena Hubungan Public Relations Dan Media Massa.

Jurnal Perspektif, 2(2).

- Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2017a). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method. *Journal of Communication (NYIMAK)*, 1(2), 197–208.
<https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.483>
- Basit, A., & Rahmawati, T. H. (2017b). Cyber Public Relations (E-PR) dalam Brand Image Wardah Kosmetik dengan Pendekatan Mixed Method. *Journal of Communication (NYIMAK)*, 1(2), 197–208.
- Candrawardhani, S. (2024). *10 Contoh Iklan Media Cetak dan Ciri-Cirinya*.
<https://www.kitalulus.com/blog/bisnis/contoh-iklan-media-cetak/#5-iklan-selebaran>
- Chatamallah, M. (2008). Strategi “Public Relations” dalam Promosi Pariwisata: Studi Kasus dengan Pendekatan “Marketing Public Relations” di Provinsi Banten. *MediaTor : Jurnal Komunikasi*, 9(2).
- Darmadi, H. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Fidiyanto, D. (2023). Public Relation Dalam Kegiatan Marketing. *Jurnal Public Relations*, 1–19.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Harte, T. (2020). *What’s the Difference Between Traditional PR and Digital PR?*
<https://www.digitalthirdcoast.com/blog/whats-the-difference-between-traditional-pr-and-digital-pr>
- Haryono, C. . (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Jejak Publisher.
- Huda, K., Sjachriatin, E., Permatasari, O., Waluyo, S. E. Y., Cahyani, D., Prasetyo, H. B., Efendi, M. J., & Divana, M. S. (2022). Pembuatan Leaflet Untuk Promosi Pariwisata di Pokdarwis Kelurahan Pulorejo Kota Mojokerto. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(5), 27–30.
- Ibrahim, M. (2024). *Target 10 Juta Kunjungan Wisatawan ke Kota Batu 2023 Sudah Tercapai 90%*. <https://www.detik.com/jatim/wisata/d-7122710/target-10-juta-kunjungan-wisatawan-ke-kota-batu-2023-sudah-tercapai-90#:~:text=Jika melihat data Januari sampai,kunjungan wisatawan ke Kota Batu>
- Irianty. (2021). *Mengapa PR Harus MUIai Menggunakan TikTok?*
<https://indonesiapr.id/mengapa-pr-harus-mulai-menggunakan-tiktok/>
- Jawa Timur Park. (2024). *Profil Jatim Park*. <https://jtp.id/profilgroup/index.html>

- Julhadi, D. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin'Donuts Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, & Entrepreneurship*, 11(1).
- Kurnia, Z. C. (2022). *Strategi Humas Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung Dalam Mempromosikan Wisata Lampung Pantai Sebalang*. Universitas Lampung.
- Kussanti, D. P., & Leliana, I. (2018). Efektifitas Program Employee Relations Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT Adira Dinamika Multifinance. *CAKRAWALA*, 18(2), 179–184. <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2.4160>
- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(1), 62–70.
- Mandagi, P. E. (n.d.). *Public Relation Dalam Kegiatan Pemasaran*. Retrieved April 14, 2024, from <https://binus.ac.id/malang/2017/10/public-relation-dalam-kegiatan-pemasaran/>
- Miles, M. ., & Huberman, A. (1994). *An Expanded Sourcebook: Qualitative Data Analysis*. Sage Publisher.
- Moleong, L. . (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyasari, R. (2020). *Peranan Marketing Public Relations Happy Cocreative Dalam Kegiatan Pemasaran Digital Di Instagram*. Universitas Komputer Indonesia.
- Nasution, M. F. R., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 135–143. <https://doi.org/10.30596/jimb.v14i2.182>
- Notowijoyo, E., & Loisa, R. (2020). Analisis Komunikasi Pemasaran Go-Pay Melalui Promosi Cashback. *Prologia*, 4(2), 332. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6602>
- Parasmaya, A. (2023). *Aktivitas Marketing Public Relations Jatim Park 2 Pada Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Patty, A. D., Rizqi, M., & Pratiwi, N. M. I. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Tiktok Dalam Membangun Brand Image Rolag Café Surabaya. *Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi*.

- Petrovici, A. (2014). Public Relations in Tourism. A Research on The Perception of The Romanian Public Upon Responsible Tourism. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 67–72.
- Purnama, A. P., & Thalib, A. A. (2018). Keefektifitasan Videotron Dalam Menyampaikan Pesan Iklan Kepada Masyarakat. *Jurnal Tabligh*, 19(1), 44–57.
- Putra, K. D. C. (2013). Strategi Public Relations Pariwisata Bali. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 41–65.
- Ramdayanti, F., Sazali, H., & Peranginangin, I. F. D. (2021). Efektivitas Penggunaan Website Pada Humas Di Kementerian Agama Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 3(5), 288–294.
- Resmawa, I. N. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Memasarkan Produk Cemilan Krupuk Singkong Samiler “Samijali” di UKM Eks Lokalisasi Dolly. *IKRAITH-HUMANIORA*, 1(2), 68–75.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Salman, S., & Sholihah, D. D. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2179–2184. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536>
- Shaleh, A., & Furrie, W. (2020). Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @ puskesmascilincing). *LUGAS*, 4(1), 9–16.
- Sirait, N., Maryam, S., & Prilihantini, A. (2018). Pengaruh Kampanye “Let’s Disconnect to Connect” Terhadap Sikap Anti Phubbing (Survei pada Followers Official Account Line Starbucks Indonesia). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media, Dan Informatika*, 7(3), 155–164. <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1665>
- Solihat, A., & Ary, M. (2016). Pengembangan Promosi Wisata Museum Kota Bandung Melalui Media Billboard Desain Kartun Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan. *StrategiC*, 11(20), 1–10.
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa : Pengantar penelitian wahana kebudayaan secara linguistik*. Duta Wacana University Press.
- Sugeng, R., Muliana, & Annisa, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Pada Mahasiswa Konsentrasi Manajemen Keuangan Syariah (Analisis Penggunaan Shopeepay Pada Aplikasi Shopee).

Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(1), 804–814.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sulistiawati, A., Mustaan, & P, S. N. R. (2021). Pemanfaatan Twitter sebagai Media Publikasi Humas Polresta Surakarta dalam Menciptakan Citra Positif. *Borobudur Communication Review*, 1(1), 21–29.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi.

Wibowo, A. (2023). *Expo Pariwisata dan Ekraf Nusantara 2023, Kerek Pertumbuhan Ekonomi Kota Batu*. <https://malang-post.com/2023/11/16/expo-pariwisata-dan-ekraf-nusantara-2023-kerek-pertumbuhan-ekonomi-kota-batu/>

Winarso, B. (2021). *Apa itu TikTok dan Apa Saja Fituranya?* <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>

Yusuf, M. A. (2017). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. KENCANA.

Yusup, D. (2017). *Penggunaan Cyber Public Relations Facebook Fanpage PT. PINDAD (Persero) Bandung*. Universitas Komputer Indonesia.